

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi *entrepreneurial marketing* terhadap kinerja UMKM *handycraft* tas di Kecamatan Tembalang Kota Semarang. Dimensi *entrepreneurial marketing* sendiri ada 7 yaitu *proactiveness*, *innovativeness*, *calculated risk taking*, *opportunity focus*, *resource leveraging*, *customer intensity*, *value creation*.

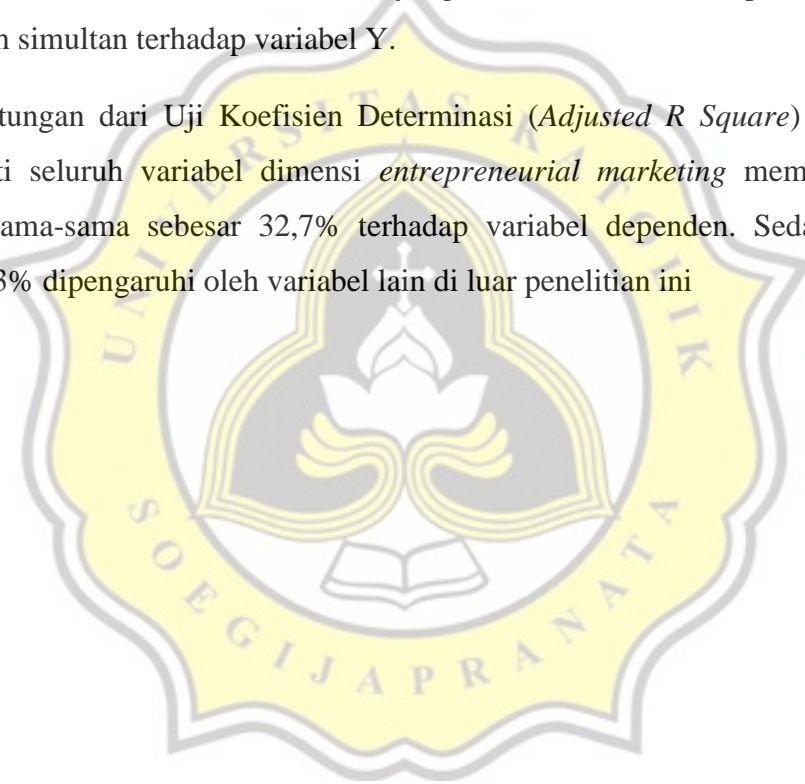
Deskripsi tanggapan responden terhadap dimensi *entrepreneurial marketing* terhadap kinerja UMKM *handycraft* tas Kecamatan Tembalang Kota Semarang sebagai berikut, *proactiveness* terhadap kinerja UMKM memperoleh rata-rata tinggi sebesar 3,81. Hal ini berarti para pelaku UMKM *handycraft* memiliki kemampuan melihat jauh ke depan dan melakukan tindakan guna mengantisipasi perubahan permintaan dengan baik. *Innovativeness* terhadap kinerja UMKM memperoleh rata-rata tinggi sebesar 4,27. Hal ini berarti responden sudah melakukan inovasi terhadap produknya sehingga pelanggan tidak merasa bosan karena produk yang dijual oleh UMKM selalu mengalami perubahan sesuai dengan *trend* pada jamannya. *Calculated risk taking* terhadap kinerja UMKM memiliki rata-rata 4,2 dan tergolong tinggi. Hal ini berarti responden sudah memperhitungkan resiko-resiko yang akan terjadi apabila mengambil suatu keputusan dengan baik sehingga bisa meminimalisir resiko.

Opportunity focus terhadap kinerja UMKM memiliki rata-rata 4,48 dan tergolong tinggi. Hal ini berarti pelaku UMKM *handycraft* sudah memanfaatkan peluang-peluang yang ada dengan baik agar bisa mendapatkan keuntungan yang lebih. *Customer intensity* terhadap kinerja UMKM mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,21 yang berarti responden sudah melakukan pendekatan yang baik terhadap pelanggan dan dapat memelihara hubungan baik dengan pelanggan. *Resource leveraging* terhadap kinerja UMKM mendapatkan nilai rata-rata 4,52 dan tergolong tinggi. Hal ini berarti pelaku UMKM *handycraft* sudah memanfaatkan sumber daya internal dan eksternal dengan baik sehingga dapat mengerjakan sesuatu dengan efektif dan efisien. *Value creation* terhadap kinerja UMKM memperoleh rata-rata tinggi sebesar 4,05. Hal ini berarti responden sudah bisa menciptakan dan memberi nilai kepada pelanggan dengan baik.

Sedangkan untuk pengaruh 7 dimensi *Entrepreneurial Marketing* terhadap Kinerja UMKM *Handycraft* Tas di Kecamatan Tembalang Kota Semarang sebagai berikut : Dimensi *opportunity focus* berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM *handycraft* di Kecamatan Tembalang Kota Semarang. Dimensi *proactiveness*, *innovativeness*, *calculated risk taking*, *resource leveraging*, *customer intensity*, *value creation* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM *handycraft* tas di Kecamatan Tembalang Kota Semarang.

Hasil perhitungan Uji F pada penelitian ini diketahui bahwa nilai Sig. sebesar 0,29 yang berarti nilai Sig. kurang dari 0,05. Sedangkan untuk nilai F hitung lebih besar daripada nilai F-tabel ($2,829 > 2,44$) yang berarti variabel X pada penelitian ini berpengaruh simultan terhadap variabel Y.

Hasil perhitungan dari Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 32,7% yang berarti seluruh variabel dimensi *entrepreneurial marketing* memiliki kontribusi secara bersama-sama sebesar 32,7% terhadap variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 67,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini



5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian, maka dapat diajukan saran dari hasil Uji t, dimensi *opportunity focus* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM *handycraft* tas di Kecamatan Tembalang Kota Semarang maka dari itu diperoleh saran agar para pelaku UMKM harus selalu sigap dan memikirkan matang-matang terhadap peluang yang ada sehingga peluang tersebut bisa dimanfaatkan dengan baik serta bisa meningkatkan kinerja UMKMnya.

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel-variabel yang berada diluar model penelitian ini dikarenakan variabel dalam penelitian ini hanya berkontribusi 32,7% yang artinya masih ada variabel diluar penelitian ini yaitu sebesar 67,3% yang berpengaruh terhadap variabel dependen.

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah penelitian kuantitatif, untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan variasi dengan mengubah metode penelitian menjadi penelitian kualitatif supaya penyajian bisa menjadi lebih mendalam. Bagi penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah sampel pada beberapa wilayah yang berbeda dikarenakan pada penelitian ini hanya menggunakan satu wilayah saja.